

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan ulang Kebun Raya Bogor. Adapun variabel yang diuji yaitu *tourist motivation* (X), *tourist perceived value* (Y1), *tourist satisfaction* (Y2), *tourist experience* (Y3), dan *revisit intention* (Z). Dapat dilihat berdasarkan hasil dari olahan data dari masing-masing variabel yaitu :

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel *tourist motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *tourist perceived value* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist motivation* menjadi penyebab timbulnya *tourist perceived value* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel *tourist motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *tourist satisfaction* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist motivation* menjadi penyebab timbulnya *tourist satisfaction* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel *tourist motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *tourist experience* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist motivation* menjadi penyebab timbulnya *tourist experience* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa variabel *tourist perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit intention* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist perceived value* tidak menjadi penyebab timbulnya *revisit intention* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.

5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa variabel *Tourist Satisfacion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit inetntion* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist satisfaction* menjadi penyebab timbulnya *revisit inetention* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.
6. Hipotesis keenam menyatakan bahwa variabel *tourist experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit inetntion* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist experience* tidak menjadi penyebab timbulnya *revisit inetention* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.
7. Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa variabel *tourist motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit inetntion* pada kunjungan ulang Kebun Raya Bogor ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa *tourist motivation* tidak menjadi penyebab timbulnya *revisit inetention* pada wisatawan dalam berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Dalam penelitian ini membuktikan bahwa teori *tourist motivation*, *tourist perceived value*, *tourist satisfaction*, *tourist experience*, dan *revisit intention* terdapat empat hipotesis yang berpengaruh secara positif dan signifikan sedangkan ada tiga hipotesis yang tidak berpengaruh secara signifikan, dapat dilihat pada implikasi teoritis ini, yaitu :

1. Variabel *tourist motivation* dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *tourist perceived value*. Maka, hipotesis pertama yang menyatakan *tourist motivation* dinyatakan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *tourist perceived value* diterima.
2. Variabel *tourist motivation* dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *tourist satisfaction*. Maka, hipotesis kedua yang menyatakan *tourist motivation* dinyatakan

memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *tourist satisfaction* diterima.

3. Variabel *tourist motivation* dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *tourist experience*. Maka, hipotesis ketiga yang menyatakan *tourist motivation* dinyatakan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *tourist experience* diterima.
4. Variabel *tourist perceived value* dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Maka, hipotesis keempat yang menyatakan *tourist perceived value* dinyatakan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *revisit intention* ditolak.
5. Variabel *tourist satisfaction* dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Maka, hipotesis kelima yang menyatakan *tourist satisfaction* dinyatakan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *revisit intention* diterima.
6. Variabel *tourist experience* dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Maka, hipotesis keenam yang menyatakan *tourist experience* dinyatakan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *revisit intention* ditolak.
7. Variabel *tourist motivation* dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Maka, hipotesis ketujuh yang menyatakan *tourist motivation* dinyatakan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *revisit intention* ditolak

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Dilihat dari hasil *tourist motivation*, wisatawan menganggap perjalanan ke Kebun Raya Bogor bagian dari suatu hiburan, untuk itu Kebun Raya Bogor sebaiknya menambahkan tempat bermain atau

wahana yang lebih menarik sebagai bentuk hiburan tambahan yang akan dinikmati oleh wisatawan.

2. Dilihat dari hasil *tourist perceived value*, wisatawan menganggap bahwa berlibur ke Kebun Raya Bogor merupakan suatu keputusan yang baik, karena sebanding dengan nilai yang dirasakan wisatawan yang baik, untuk itu guna lebih meningkatkan nilai yang dirasakan wisatawan diharapkan lebih banyak memperkenalkan seni dan budaya Jawa Barat, sehingga dapat menarik wisatawan lokal maupun wisatawan asing untuk lebih mengetahui seni, budaya, serta adat istiadat dari Jawa Barat khususnya daerah Bogor.
3. Dilihat dari hasil *tourist satisfaction*, berlibur ke Kebun Raya Bogor merupakan pilihan *alternative* wisata yang bijak atau tepat. Disamping wisatawan dapat menikmati keindahan Kebun Raya Bogor, terdapat juga fasilitas yang menunjang untuk anak-anak menikmati liburan Bersama keluarga, namun pengelola Kebun Raya Bogor harus apat menemukan ide-ide atau fasilitas yang lebih menarik agar wisatawan lebih tertarik ke Kebun Raya Bogor dibandingkan tempat wisata di kota lain.
4. Dilihat dari hasil *tourist experience*, berlibur ke Kebun Raya Bogor suatu pilihan yang tepat, disamping suasananya sejuk yang membuat wisatawan merasa nyaman dan damai, wisatawan juga tidak perlu khawatir mengenai keamanan yang ada di Kebun Raya Bogor dikarenakan Kebun Raya Bogor memilii keamanan yang baik dan ketat. Namun pihak pengelola Kebun Raya Bogor dapat meningkatkan kualitas pada sarana dan prasarana Kebun Raya Bogor agar pengunjung dapat lebih menikmati secara berkalla dan berlama-lama berada di Kebun Raya Bogor.
5. Dilihat dari hasil *revisit intention*, berkunjung ke Kebun Raya Bogor sangat menyenangkan karena banyak sekali flora dan fauna yang ada di Kebun Raya Bogor. Selain itu, tanaman-tanaman yang ada di Kebun Raya Bogor juga terawatt dengan indah dan baik. Cuaca dan

kondisi di Kebun Raya Bogor juga menenangkan sehingga pikiran wisatawan menjadi tenang dan siap untuk produktif kembali. Wisatawan akan sangat senang jika memiliki kesempatan untuk berkinjung kembali ke Kebun Raya Bogor, dan wisatawan juga akan merekomendasikan tempat wisata ini pada teman-teman wisatawan karena Kebun Raya Bogor adalah tempat yang pantas untuk dikunjungi oleh segala kalangan. Namun, pengelola Kebun Raya Bogor mungkin dapat menggiatkan pembersihan sampah dilingkungan Kebun Raya Bogor, karena masih terdapat beberapa sampah yang berserakan dilingkungan Kebun Raya Bogor. Dengan meminimalisir adanya sampah dilingkungan, selain itu untuk kebersihan lingkungan juga berfungsi sebagai estetika atau keindahan lingkungan Kebun Raya Bogor.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada keterbatasan penelitian ini yang dihadapi oleh peneliti yaitu :

1. Terbatasnya penyebaran kuesioner secara langsung dikarenakan adanya pandemi covid-19.
2. Tidak semua responden mengisi *google forms* dengan efektif

5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Berikut adalah rekomendasi untuk peneliti selanjutnya, yaitu :

1. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan pengujian berbeda terhadap Kebun Raya Bogor lainnya yang tetap termasuk kedalam klasifikasi *revisit intention* Kebun Raya Bogor, agar mendapatkan perbandingannya yang sesuai dengan tujuan penelitian tersebut.
2. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan penambahan pada variabel-variabel yang berbeda seperti *destination image* dan *tour service quality*.
3. Penelitian ini dapat dilakukan Kembali dengan tempat penelitian yang berbeda, untuk menemukan karakteristik yang berbeda.